INTERNET

SUPLEMENTO DE INTERNET DE PAGINA/12

Buenos Aires, Martes 24 de Octubre de 2000 - Año 1 Nº 20

www.supleinternet.com



EL PERSONAJE:
Irma Roy

Pág. 3

FOTO WWW.IMAGEBANK.COM

Alianzas

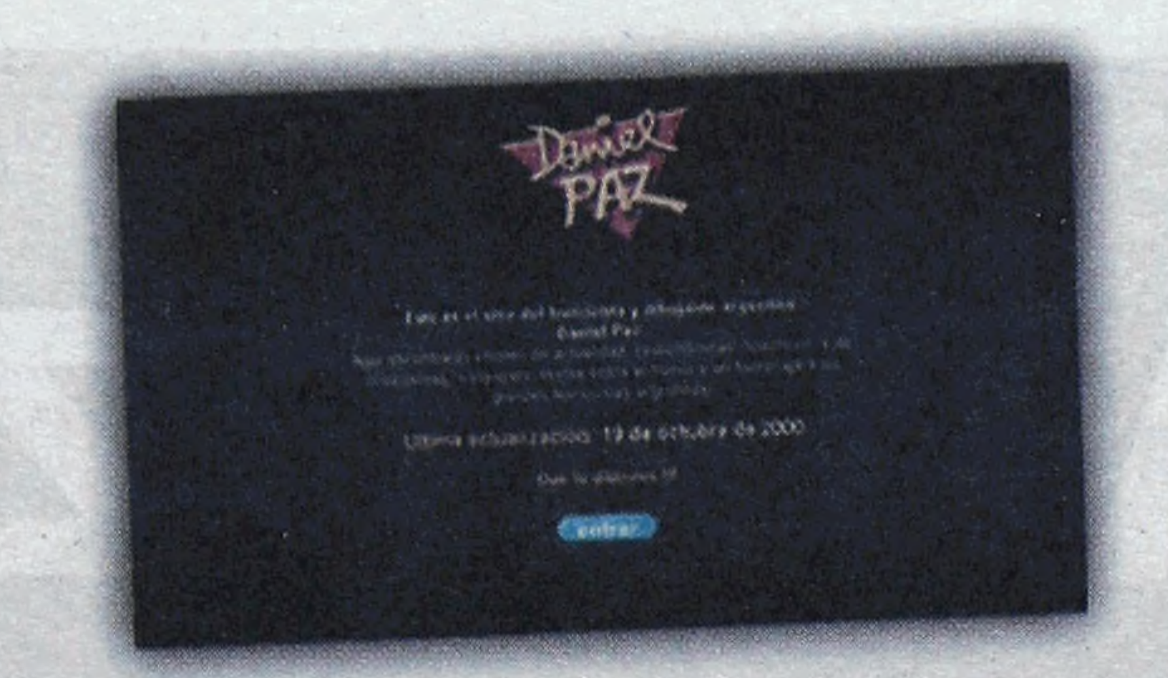
La nueva estrategia de las empresas punto com para ganar usuarios y lograr rentabilidad es en base a acuerdos estratégicos tanto con compañías virtuales como off line

SUMARIO

De humoristas gráficos con amor

Quino, Daniel Paz, Tute y Sendra regalan, a través de sus páginas web, gran parte de sus obras artísticas como humoristas gráficos. Historia, homenajes a maestros, Mafalda y Matías son una parte de los trabajos exhibidos para deleite de los usuarios.

Internet no sólo es ofertas, registraciones, compras o chateo. Para deleite de los usuarios, los artistas del humor gráfico también están en la red de redes. Chistes, homenajes y biografías forman parte de las páginas que, sin grandes alardeos, son un viento de aire fresco entre tanto ciberespacio.





Quino

Había una vez, un señor llamado Joaquín Salvador Lavado que tenía su página en la red de redes. Resulta que era Quino, el gran creador de Mafalda y Felipe, entre otros personajes célebres de la historia argentina. Al ingresar a **www.quino.com.ar** se puede acceder a la biografía del artista, donde desde la década del '30 hasta la actualidad, cada hecho personal está referenciado con los hechos históricos de esos momento, tanto argentinos como internacionales. Para los que deseen conocer las opiniones del dibujantes, la sección "reportajes" cuenta con una lista de preguntas que alguna vez ha respondido. Y en "a mis maestros" hay un gran homenaje a los que marcaron para siempre la mano del artista, entre ellos, Lino Palacio, Divito, Oski y los franceses Bosc y Chaval.

Daniel Paz

Desde 1987, los lectores **Página/12** leen el ángulo superior izquierdo de la tapa. Allí, junto a Rudy, Daniel Paz se encarga del humor diario. Pero los que quieran más, **www.danielpaz.com.ar** está on line. En la "Galería" hay dibujos de F.Mérides Truchas, Zoociología, Los Proges y Temas Varios, entre otros. El "Tributo a los mayores" son las biografías de Roberto Fontanarrosa, Quino, Hermenegildo Sábat y Landrú; en cada una Paz cuenta por qué los considera maestros. En "Diario" se pueden encontrar los dibujos de los últimos hechos argentinos (imperdible la "tarjeta" para enviar a un amigo). Los usuarios pueden enviar sus "textos eskogidos" que recopila dichos de, por ejemplo, Einstein, el subcomandante Marcos y Marcel Proust. Y los últimos dibujos se recopilan en "Novedades".

Tute

En **www.tutelandia.com.ar** se define como humorista y poeta. Juan Matías Loiseau, "Tute", es uno de los clásicos del diario La Nación. El site se divide en humor y poesía, a través de las cuales pueden acceder tanto a las páginas desde diciembre de 1998 hasta la actualidad, los chistes, los trabajos inéditos, como a los "garabatos" realizados durante su infancia. Además hay un concurso para ganarse un dibujo original del humorista con solo ingresar los datos del usuario. En la sección "Poesía" se ofrecen poemas y obras de teatro publicadas por Tute.

Sendra

Con un diseño muy simple, **http://sendra.is.com.ar** ofrece las tiras cómicas del personaje "Matías". Sin secciones ni biografía, los usuarios sólo deben hacer un click en la opción "Actualizar" de la barra de navegación, y los chistes cambian automáticamente.

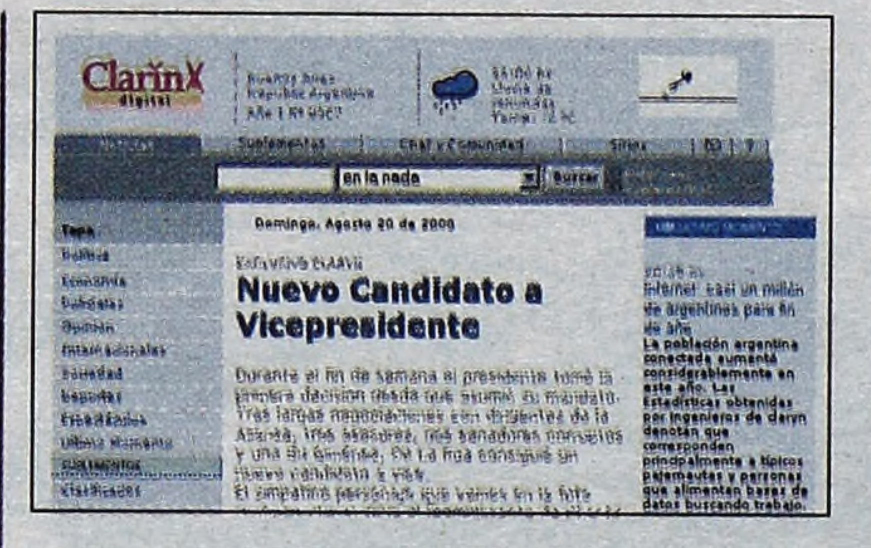


>>> ficha técnica

Telecom.com.ar



Nombre legal de la empresa: Telecom Argentina S.A. - STET France Telecom
Composición del staff principal del site: Carlos García Garrido; Enrique Juárez, Gustavo Rivas; Marcelo Tevrizian; Luis Jimena; Fernando Reinoso; Mariano Bogarín.
Cantidad de empleados del site: Se utiliza la estructura existente en la compañía.
Actividades e inicio del site: 1996.
Proveedores de acceso: Arnet.
Otros proveedores: E-volution S.R.L.
Facturación mensual/anual del site: no se informa públicamente.
Principales competidores: otras empresas de servicios de telecomunicaciones en general.
Alianzas estratégicas para el site: no se informa públicamente.
Proyectos de expansión: ampliar la oferta de productos y servicios de la empresa a través del site
Cuál es la imagen empresaria: acorde a su imagen corporativa.
Tácticas publicitarias: campañas de banners en Internet con productos de la compañía.
Costo del banner principal: a la fecha sólo se publican banner con productos y ofertas propias.
Presupuesto de marketing anual: información reservada.



El site de Claryn

En esta época de clonaciones, Internet no podía ser menos. Y un persona que se llamaría Sebastian Dario, con un poco de picardía y bastante trabajo, desafió al gran diario argentino. **www.claryn.com.ar** es el site puesto on line, con el mismo diseño que la del matutino. Desde las noticias de actualidad (el nuevo candidato a vicepresidente), la sección economía (informe del plan Iberia de Non-Stop hasta fundir a Aerolíneas Argentinas), avisos clasificados ("Bono plan canje. Donde me lo meto. Se reciben ideas") o la misa on line, con el "Evangelio según San Peperino", aporte de Fabio Alberti. El estado actual del clima puede ser de "Lluvia de renuncias" con una temperatura de -42 grados. El horóscopo es para fechas determinadas, que pueden ser los días pares, del 2003 en adelante o durante 1995.
En el home se informa que está realizado en Buenos Aires, Republic Argentine. Además un gráfico animado muestra como un muñeco tropieza una y otra vez con la misma piedra. Sin duda, una gran cuota de ironía que demuestra que en la web también se pueden hacer maravillas con un poco de imaginación.

sitiospuntocom



Diputados
www.diputados.com.ar
La página en desarrollo de Aper.net puede confundirse fácilmente con la de la Cámara de Diputados de la Nación.



Dominios argentinos
www.nic.ar
Es la página estatal a través de la cual se registran todas las direcciones de páginas .com.ar

Las propiedades en red de redes

A través de Internet es posible comprar, vender o alquilar casas, departamentos, terrenos, campos y hasta islas en el Tigre. En algunos sitios se pueden realizar búsquedas y ofertar inmuebles de manera gratuita, tanto de dueños directos como de inmobiliarias.



Comprar, vender o alquilar una propiedad para el común de la gente se hacía a través de una inmobiliaria o avisos clasificados en los diarios. Sin embargo, a través de Internet los usuarios pueden acceder a sites para buscar o publicar avisos de manera on line.

En la página **www.soloduenos.com** los navegantes pueden encontrar propiedades ofrecidas por sus dueños, sin la participación de intermediarios. Cada aviso publicado contiene información escrita, pero además pueden tener fotos digitalizadas y planos de las construcciones.

Para el caso de querer ofrecer un inmueble, sólo deben cargarse los datos a través de la página, para lo que se ofrecen cuatro categorías: lujo, premier, completo y estándar (gratuita). También los usuarios pueden conocer la cantidad de navegantes que han visualizado el aviso desde la fecha de publicación, y un servicio de atención gratuita de llamados de los interesados, para el caso de no contar con disponibilidad de tiempo.

En el site perteneciente a la red de inmobiliarias Argenprop, **www.dueniodirecto.com.ar** se ofrecen 60 mil ofertas de inmuebles de 600 empresas inmobiliarias argentinas.

Entre los tipos de propiedad hay departamentos, casas, locales, countrys, cocheras, quintas, campos, terrenos, hoteles, galpones y inmuebles en la isla del Tigre. Se pueden realizar búsquedas por cantidad de dormitorios, valores mínimos y máximos, tipo de unidad y ubicación.

La página de **www.buscainmueble.com** cuenta con varios servicios anexos a los clasificados. Además de casas, departamentos, oficinas, locales comerciales, fondos de comercio y campos, los usuarios pueden acceder a secciones como servicios (con herramientas interactivas y trucos de mantenimiento y decoración). El área de arquitectura cuenta con listados de arquitectos y constructoras, y modelos de construcción.

Para la búsqueda de propiedades los usuarios pueden encontrar a guías de barrios, tanto de Capital Federal, Gran Buenos Aires como de las provincias, con información sobre centros de estudio, hospitales, clubes, farmacias, subtes y supermercados, entre otros. Por otra parte, el site cuenta con un link a Patagon.com para conocer las distintas opciones de financiación hipotecaria on line.

Con un diseño mas austero, en **www.propiedadesenlared.com.ar** se pueden buscar propiedades para comprar o alquilar, y también publicar avisos. Los parámetros de búsqueda son por casas, departamentos, locales, oficinas o terrenos en Capital Federal y algunas zonas del Gran Buenos Aires, cantidad de dormitorios y un máximo de precio.

María Eugenia Spera

>>> personajes // irma roy

Actriz, ex diputada nacional y actual legisladora de la Ciudad de Buenos Aires. En los últimos años cambió el cine, el treatro y la televisión a la política. Cree que la virtualidad puede ser peligrosa el común de los ciudadanos, y considera que la terminación ".gov.ar" no está bien para los organismos estatales argentinos: "la abreviatura de gobierno en castellano es gob.", afirma.

-¿Mundo virtual?
Me asusta un poco. Un día te puede cambiar la identidad.

-¿Hackers?
Me parecen deshonestos. Son mucho más inteligentes que la mayoría de los mortales, y por ello han violado muchas cosas.

-¿Mirar el mundo a través del monitor?
Es aislante, sinónimo de la sociedad moderna: capitalismo y consumo.

-¿Indice de Nasdaq?
Me quiero matar.

-¿Ciberpolíticos?
En cualquier momento van a construir un personaje y lo vamos a votar. Un ser virtual podría ser nuestro presidente.

-¿Chatear?
Permite tener un desdoblamiento de personalidad. Es un mundo de timoratos e hipócritas.

-¿Inversiones multimillonarias por un portal?
Como el casino: todo es muy tentador y nadie se retira a tiempo

-¿Política en la web?
Basta de virtualidades.

-¿Ciberamor?
Es lo último que nos falta. Piedad.

-¿Bill Gates?
El inventor del software. Un monstruo, un mugriento que no tiempo de ocuparse de su "yo" personal.

-¿La eminencia informática argentina?
No se. Respeto al hijo de los Cibrián (Roberto Cibrián Campoy).

-Irma Roy.com?
No...muy fuerte.


FOTO: ADRIAN PEREZ





Producido por EGB S.A. y PROPUL COMUNICACIONES S.R.L.
Maipú 853 Piso 3 Cap.Fed.
Lectores: Fax 4311-2233
lectores@supleinternet.com

>>> en foco

Alianzas: nueva forma de lograr efe

El fin del paraíso de las compañías punto com llevó a que la mayoría deba apelar a los acuerdos estratégicos, tanto entre empresas virtuales como Networks, Axesor.com, Impsat, Comprasimple.com, Minutricionista.com, Mercadolibre.com y Gratis1.com reflejan la nueva forma de hacer negocios e

Durante los últimos meses, las alianzas de las compañías dedicadas a Internet son continuas. La recesión económica, el fin del paraíso de las punto com y la necesidad de captar más usuarios son los puntos clave para mantenerse en la carrera virtual.
Las primeras que se realizaron fueron netamente por contenidos; los usuarios que accedían a una página tenían la posibilidad de ingresar a otras a través de links o áreas específicas. Sin embargo, en los últimos tiempos los acuerdos alcanzan tanto al sector de servicios como al económico, no sólo punto com sino con empresas off line.

El porqué

Los motivos por los que se generó este nuevo modelo de negocio son pocos y específicos: mejor servicio y más cantidad de usuarios. "Con nuestros aliados encontramos formas en que conjuntamente podemos brindarle servicios a nuestros usuarios que no podríamos hacer individualmente", define Martín Lawson de Mercadolibre.com. Para Marcelo Girotti, presidente de Impsat Argentina estos acuerdos "permiten potencializar nuestros recursos, y de esta manera optimizinar nuestros servicios. Nosotros y nuestros clientes nos beneficiamos desde todo punto de vista".
Intermanagers.com ha cerrado acuerdos estratégicos y alianzas por varios motivos: generación de tráfico de usuarios, comercio electrónico, cesión de contenidos e interacción entre off y el on line. Desde Terra Networks afirman que tambié varían las razones: "Se evalúa la viabilidad en función de que redunden en nuevos servicios y facilidades para los usuarios y clientes. Pero además, deben tener como misión ser cualitativamente mejores que los de la competencia, o al menos apuntar a serlo en el corto plazo".
Alejandro Cosentino, CEO de Gratis1.com dice que éstas "persiguen la meta de acercar a ambas empresas a sus objetivos mediante la sienrgia de esfuerzos y recursos, generando contenido y posibilitando la distribución de productos".
La experiencia de Comprasimple.com con Repsol YPF fue una fuerte unión de empresas, reales y virtuales, por la que, por ejemplo, en las estaciones de servicio de la petrolera hay posibilidad de comunicación entre los usuarios. "Además el acuerdo con OCA nos permitió realizar los envíos de manera gratuita, y con un bajo porcentaje de errores", afirma Sebastián Casares, CEO del sitio.

Formas de aliarse

Económicos, de contenidos y servicios son los ejes por donde se deslizan los acuerdos. Y el fin es alcanzar el liderazgo en cada sector. "No se puede ser líder en el mercado si no se tienen buenos contenidos y servicios que ofrecer a usuarios y clientes. Por ello a futuro, pueden hacerse alianzas de diversa índole siempre y cuando mejoren la calidad y diversidad de los servicios ofrecidos", definen en Terra.
Para Casares, las razones son esencialmente económicas: "no es lo mismo una empresa como proveedora que como aliada. En el caso de OCA mejoramos la logística con precios acordes". En el caso de la unión con Repsol, desde el site se pudo acceder a tecnología en el sector interactivo, y para la petrolera fue muy rentable por publicidad.
El proceso de acuerdos en Gratis1 demanda entre dos y tres meses. "Esto comienza con la identificación de las necesidades, para luego pasar al diseño del producto, desarrollo y puesta en funcionamiento. Las alianzas están produciendo resultados altamente satisfactorios y de acuerdo con los previsto", declara Cosentino.
En Mercadolibre.com ofrecen la teconología propia de las subastas a empresas interesadas en tener una plataforma de remates. En Axesor.com "las alianzas que realizamos son de tipo canales de distribución. Generamos un valor agregado al brindarle a los usuarios de nuestro partner servicios de información comercial, económico, financiera, de importaciones, y los productos que el site quiera brindar de nuestro portafolio".

Efectividad

Uno de los factores motivantes para llegar a estos acuerdos es lograr la mayor efectividad posible, sin arriesgar inversión. "Terra prefiere basar su visión al respecto bajo otro ángulo: no necesariamente la efectividad va de la mano de las inversiones. No cabe duda

Alianza millonaria

Las compañías Corel Corporation y Microsoft Corporation anunciaron una alianza estratégica que expandirá la relación de las dos compañías, y que abarca proyectos relacionados a la nueva iniciativa .NETde Microsoft. Como parte de esta relación, la empresa de Bill Gates adquirió 24 millones de acciones de Corel Corp. a un precio de compra de 5,62 dólares por acción, lo que arroja un precio total de adquisición de 135 millones de dólares. Las compañías trabajarán en conjunto para apoyar el desarrollo, la evaluación y la comercialización de nuevos productos relacionados a la plataforma .NET de Microsoft. Las iniciativas conjuntas de marketing incluirán participación en lanzamientos de productos, exposiciones, y representación en los sitios web de cada uno. Esto es un aporte más al poderío del gigante software de los Estados Unidos.

Alianzas: nueva forma de lograr efectividad sin arriesgar inversión

El fin del paraíso de las compañías punto com llevó a que la mayoría deba apelar a los acuerdos estratégicos, tanto entre empresas virtuales como off line, para lograr mayor penetración en los usuarios, mejores servicios y menor riesgo económico. Las opiniones de Intermanagers.com, Terra Networks, Axesor.com, Impsat, Comprasimple.com, Minutricionista.com, Mercadolibre.com y Gratis1.com reflejan la nueva forma de hacer negocios en Internet, donde las individualidades ya no tienen cabida para lograr el liderazgo en cada sector.

Durante los últimos meses, las alianzas de las compañías dedicadas a Internet son continuas. La recesión económica, el fin del paraíso de las punto com y la necesidad de captar más usuarios son los puntos clave para mantenerse en la carrera virtual.

Las primeras que se realizaron fueron netamente por contenidos; los usuarios que accedían a una página tenían la posibilidad de ingresar a otras a través de links o áreas específicas. Sin embargo, en los últimos tiempos los acuerdos alcanzan tanto al sector de servicios como al económico, no sólo punto com sino con empresas off line.

El porqué

Los motivos por los que se generó este nuevo modelo de negocio son pocos y específicos: mejor servicio y más cantidad de usuarios. "Con nuestros aliados encontramos formas en que conjuntamente podemos brindarle servicios a nuestros usuarios que no podríamos hacer individualmente", define Martín Lawson de Mercadolibre.com. Para Marcelo Girotti, presidente de Impsat Argentina estos acuerdos "permiten potencializar nuestros recursos, y de esta manera optiminizar nuestros servicios. Nosotros y nuestros clientes nos beneficiamos desde todo punto de vista".

Intermanagers.com ha cerrado acuerdos estratégicos y alianzas por varios motivos: generación de tráfico de usuarios, comercio electrónico, cesión de contenidos e interacción entre off y el on line. Desde Terra Networks afirman que tambié varían las razones: "Se evalúa la viabilidad en función de que redunden en nuevos servicios y facilidades para los usuarios y clientes. Pero además, deben tener como misión ser cualitativamente mejores que los de la competencia, o al menos apuntar a serlo en el corto plazo". Alejandro Cosentino, CEO de Gratis1.com dice que éstas "persiguen la meta de acercar a ambas empresas a sus objetivos mediante la sienrgia de esfuerzos y recursos, generando contenido y posibilitando la distribución de productos".

La experiencia de Comprasimple.com con Repsol YPF fue una fuerte unión de empresas, reales y virtuales, por la que, por ejemplo, en las estaciones de servicio de la petrolera hay posibilidad de comunicación entre los usuarios. "Además el acuerdo con OCA nos permitió realizar los envíos de manera gratuita, y con un bajo porcentaje de errores", afirma Sebastián Casares, CEO del sitio.

Formas de aliarse

Económicos, de contenidos y servicios son los ejes por donde se deslizan los acuerdos. Y el fin es alcanzar el liderazgo en cada sector. "No se puede ser líder en el mercado si no se tienen buenos contenidos y servicios que ofrecer a usuarios y clientes. Por ello a futuro, pueden hacerse alianzas de diversa índole siempre y cuando mejoren la calidad y diversidad de los servicios ofrecidos", definen en Terra.

Para Casares, las razones son esencialmente económicas: "no es lo mismo una empresa como proveedora que como aliada. En el caso de OCA mejoramos la logística con precios acordes". En el caso de la unión con Repsol, desde el site se pudo acceder a tecnología en el sector interactivo, y para la petrolera fue muy rentable por publicidad.

El proceso de acuerdos en Gratis1 demanda entre dos y tres meses. "Esto comienza con la identificación de las necesidades, para luego pasar al diseño del producto, desarrollo y puesta en funcionamiento. Las alianzas están produciendo resultados altamente satisfactorios y de acuerdo con los previsto", declara Cosentino.

En Mercadolibre.com ofrecen la teconología propia de las subastas a empresas interesadas en tener una plataforma de remates. En Axesor.com "las alianzas que realizamos son de tipo canales de distribución. Generamos un valor agregado al brindarle a los usuarios de nuestro partner servicios de información comercial, económico, financiera, de importaciones, y los productos que el site quiera brindar de nuestro portafolio".

Efectividad

Uno de los factores motivantes para llegar a estos acuerdos es lograr la mayor efectividad posible, sin arriesgar inversión. "Terra prefiere basar su visión al respecto bajo otro ángulo: no necesariamente la efectividad va de la mano de las inversiones. No cabe duda que las inversiones son necesarias, pero en el mundo de Internet la efectividad, algunas veces, se relaciona con la creatividad. Una alianza debe evaluarse en función de los verdaderos destinatarios de los servicios y contenidos del portal: sus usuarios y clientes.", afirman.

Cosentino agrega que "las alianzas requieren financiaciones, pero por su naturaleza se supone que es compartida. Sin costo adicional, se puede capitalizar el plan de inversión ya previsto en las empresas, obteniendo crecimientos".

"Este tipo de acuerdo es del modo win to win (ganar para ganar): por un lado el site, sin ningún costo tecnológico, genera ingresos para sus consumidores; por el otro, nosotros ampliamos nuestros canales de distribución", declara Carlos Baró Shakery de Axesor.com

En Mercadolibre.com afirman que siguen invirtiendo fuertemente en tecnología y marketing. "Las alianzas las vemos como actividades complementarias a nuestro negocio principal, aunque éstas puedan resultar muy importantes", dice Lawson.

Para Intermanagers no es una salida para lograr efectividad sin arriesgar inversión. "Las ventajas son los tiempos de implementación y aprovechamiento del conocimiento de nuestros aliados para nuestra área de información de ejecutivos en Latinoamérica, no sólo on line sino a través de una trayectoria de más de 10 años de relación con empresas y ejecutivos", define Jose Mostany.

Casares niega rotundamente que esta sea una salida para evitar invertir. "Como grupo industrial no es una cuestión de ahorrar, sino de efectividad. Si las uniones se realizan para reservar plata, finalmente sale más caro, porque el beneficio finalmente es para una sola empresa, y todo es positivo para un solo lado", asegura.En Minutricionista.com creen que sí es una forma de no arriesgar inversión. "Esto se concreta de la mano de una alianza estratégica", relata Cecilia O'Conor del site.

María Eugenia Spera

ILUSTRACION: ISABEL ALBERDI

Alianza millonaria

Las compañías Corel Corporation y Microsoft Corporation anunciaron una alianza estratégica que expandirá la relación de las dos compañías, y que abarca proyectos relacionados a la nueva iniciativa .NETde Microsoft. Como parte de esta relación, la empresa de Bill Gates adquirió 24 millones de acciones de Corel Corp. a un precio de compra de 5,62 dólares por acción, lo que arroja un precio total de adquisición de 135 millones de dólares. Las compañías trabajarán en conjunto para apoyar el desarrollo, la evaluación y la comercialización de nuevos productos relacionados a la plataforma .NET de Microsoft. Las iniciativas conjuntas de marketing incluirán participación en lanzamientos de productos, exposiciones, y representación en los sitios web de cada uno. Esto es un aporte más al poderío del gigante software de los Estados Unidos.

Venta de contenidos

Con otra visión de negocio, Argentinamenu.com cerró contratos de venta de contenido a empresas por un valor equivalente al 45 por ciento de sus gastos operativos. De esta manera, el site financiará con estos nuevos contratos casi la mitad de su cash flow mensual, y así continuará desarrollando la guías on line de ciudades, que hace poco tiempo fue resideñada. Esto se enmarca dentro de la división B2B de la página, para muchos el único negocio que será rentable dentro del mundo de Internet en el futuro.

Algunas alianzas

Algunas alianzas
Intermanagers.com - Gratis1.com (acuerdo estratégico para acciones conjuntas de marketing y promoción)
Oracle - Palmsite (desarrollo de aplicaciones wireless para navegar por Internet)
Corel y Microsoft (Compra de acciones por 135 millones para desarrollo, evaluación y comercialización de la plataforma .Net de la compañía de Bill Gates)
Consutlatio - Efiltro.com - IBM
Microsiga - IBM (Microsiga como nuevo socios de negocios de IBM)
Volando.com y Vignette.com (soluciones e-business para los usuarios de Volando)
Scotiabank - Dineronet.com (comercialización de la línea de préstamos hipotecarios)
Dineronet.com - Invertironline.com (potenciar la penetración en el mercado con valor agregado)
Citibank - Zonafinanciera.com (acuerdo por cinco años de comercialización de los productos del banco en el site)
Viajo.com - Ciudad Internet (unión)
Viajo.com - Intermanagers.com (acuerdo)
Impsat - Sun - Oracle (alianza para acceso a soluciones de e-commerce)
Viajeya.com - Global One (miembro de Telecom France) (compra on line de tarjetas prepagas para comunicaciones internacionales)
Autocompras - Autocosmos - Autologia (formación de Autocosmos)
UOL Arg. - Turner (CNN/Cartoon/TNLA.com) (contenidos)
Servicingweb.com - OCA (servicios de cobranza en todo el país)
Migarage.com - Compaq - Oracle (acceso a los emprendedores)
Netizen - Shakespear (diseño de web sites)
Portfolio.com.ar - Thecredytcompanie (shopping virtual de créditos hipotecarios)
Segurosdirect.com - Arrancar.com (cotización instantánea de aseguradoras)
Neotribu.com - Kidis.com - IBM - NEC - Amarata.com (productos y servicios a usuarios)
Deautos.com - Deremate.com (venta on line de autos nuevos y usados)
Intermanagers.com - Tematika.com (alianza de operaciones)
Intermanagers.com - Orígenes (contenidos y patrocinio)
Mercadolibre.com - MTVLa.com (acuerdo de productos y tecnologías)
Elijamejor.com (Thecreditcompany-Telegir.com-Comprasimple.com-Circuloasegurador.com)
Viajo.com - Lycos
Minutricionista.com - Farmaciaonline.com - Medicinaglobal.com - Sugestiva.com - Elnegociador.com

ctividad sin arriesgar inversión

ff line, para lograr mayor penetración en los usuarios, mejores servicios y menor riesgo económico. Las opiniones de Intermanagers.com, Terra nternet, donde las individualidades ya no tienen cabida para lograr el liderazgo en cada sector.



ILUSTRACION: ISABEL ALBERDI

En Mercadolibre.com afirman que siguen invirtiendo fuertemente en tecnología y marketing. "Las alianzas las vemos como actividades complementarias a nuestro negocio principal, aunque éstas puedan resultar muy importantes", dice Lawson.

Para Intermanagers no es una salida para lograr efectividad sin arriesgar inversión. "Las ventajas son los tiempos de implementación y aprovechamiento del conocimiento de nuestros aliados para nuestra área de información de ejecutivos en Latinoamérica, no sólo on line sino a través de una trayectoria de más de 10 años de relación con empresas y ejecutivos", define Jose Mostany.

Casares niega rotundamente que esta sea una salida para evitar invertir. "Como grupo industrial no es una cuestión de ahorrar, sino de efectividad. Si las uniones se realizan para reservar plata, finalmente sale más caro, porque el beneficio finalmente es para una sola empresa, y todo es positivo para un solo lado", asegura.En Minutricionista.com creen que sí es una forma de no arriesgar inversión. "Esto se concreta de la mano de una alianza estratégica", relata Cecilia O'Conor del site.

María Eugenia Spera

Venta de contenidos

Con otra visión de negocio, Argentinamenu.com cerró contratos de venta de contenido a empresas por un valor equivalente al 45 por ciento de sus gastos operativos. De esta manera, el site financiará con estos nuevos contratos casi la mitad de su cash flow mensual, y así continuará desarrollando la guías on line de ciudades, que hace poco tiempo fue resideñada. Esto se enmarca dentro de la división B2B de la página, para muchos el único negocio que será rentable dentro del mundo de Internet en el futuro.

que las inversiones son necesarias, pero en el mundo de Internet la efectividad, algunas veces, se relaciona con la creatividad. Una alianza debe evaluarse en función de los verdaderos destinatarios de los servicios y contenidos del portal: sus usuarios y clientes.", afirman.

Cosentino agrega que "las alianzas requieren financiaciones, pero por su naturaleza se supone que es compartida. Sin costo adicional, se puede capitalizar el plan de inversión ya previsto en las empresas, obteniendo crecimientos".

"Este tipo de acuerdo es del modo win to win (ganar para ganar): por un lado el site, sin ningún costo tecnológico, genera ingresos para sus consumidores; por el otro, nosotros ampliamos nuestros canales de distribución", declara Carlos Baró Shakery de Axesor.com

Algunas alianzas

Intermanagers.com - Gratis1.com
(acuerdo estratégico para acciones conjuntas de marketing y promoción)

Oracle - Palmsite
(desarrollo de aplicaciones wireless para navegar por Internet)

Corel y Microsoft (Compra de acciones por 135 millones para desarrollo, evaluación y comercialización de la plataforma .Net de la compañía de Bill Gates)

Consultatio - Efiltro.com - IBM

Microsiga - IBM
(Microsiga como nuevo socios de negocios de IBM)

Volando.com y Vignette.com
(soluciones e-business para los usuarios de Volando)

Scotiabank - Dineronet.com
(comercialización de la línea de préstamos hipotecarios)

Dineronet.com - Invertironline.com
(potenciar la penetración en el mercado con valor agregado)

Citibank - Zonafinanciera.com
(acuerdo por cinco años de comercialización de los productos del banco en el site)

Viajo.com - Ciudad Internet
(unión)

Viajo.com - Intermanagers.com
(acuerdo)

Impsat - Sun - Oracle
(alianza para acceso a soluciones de e-commerce)

Viajeya.com - Global One (miembro de Telecom France)
(compra on line de tarjetas prepagas para comunicaciones internacionales)

Autocompras - Autocosmos - Autologia
(formación de Autocosmos)

UOL Arg. - Turner (CNN/Cartoon/TNLA.com)
(contenidos)

Servicingweb.com - OCA
(servicios de cobranza en todo el país)

Migarage.com - Compaq - Oracle
(acceso a los emprendedores)

Netizen - Shakespear
(diseño de web sites)

Portfolio.com.ar - Thecredytcompanie
(shopping virtual de créditos hipotecarios)

Segurosdirect.com - Arrancar.com
(cotización instantánea de aseguradoras)

Neotribu.com - Kidis.com - IBM - NEC - Amarata.com
(productos y servicios a usuarios)

Deautos.com - Deremate.com
(venta on line de autos nuevos y usados)

Intermanagers.com - Tematika.com
(alianza de operaciones)

Intermanagers.com - Orígenes
(contenidos y patrocinio)

Mercadolibre.com - MTVLa.com
(acuerdo de productos y tecnologías)

Elijamejor.com
(Thecreditcompany-Telegir.com-Comprasimple.com-Circuloasegurador.com)

Viajo.com - Lycos

Minutricionista.com - Farmaciaonline.com - Medicinaglobal.com - Sugestiva.com - Elnegociador.com

>>> arte

Historia del arte on line

Desde pintura rupestre hasta arte digital, las páginas dedicadas a los sucesos pictóricos, la escultura, cine y teatro incluyen reseñas de todas las expresiones a través de los años.

El negocio de las punto com indica que ahora las empresas de la "nueva economía" deben ser rentables. El novedoso esquema movió a las compañías de Internet hacia los negocios más redituables, con bases sólidas en empresas ya establecidas.

El panorama actual le va restando espacio a otros temas que aún proliferan en la red. Si bien no tienen acciones valiosas en el Nasdaq, los sitios de arte todavía encuentran público entre los internautas.

La gran cantidad de sites dedicados a este tema permite hacer un recorrido por la historia del arte: desde la pintura rupestre hasta el arte digital.

Algunos incluyen reseñas de todas las disciplinas; otros son mucho más específicos y tratan sólo una, y durante un período acotado.

Un buen lugar para empezar el recorrido virtual es la página **www.artelibre.com**. En ella se puede encontrar una sección dedicada a la historia del arte, donde se desarrollan los sucesos de la escultura, la pintura, el cine y el teatro.

Es muy cómodo navegar por la página, aunque la información que contiene resulta incompleta.

www.geocities.com/Athens/Delphi/5230/Periodos.html cuenta con una extensa lista de links a cientos de sites en inglés y castellano. Esta página fue creada por un docente de Historia del Arte con el fin de ser una guía para sus alumnos.

Además, hay una extensa lista de enlaces a trabajos monográficos de distintos artistas como Dalí, Picasso, Van Gogh, Da Vinci o Kandinsky. El site también incluye referencias a galerías y museos del mundo. **www.arrakis.es/~albares/voca.html** es el web site del Vocabulario Básico de historia del Arte. Este diccionario es muy útil para los navegantes que están dando sus primeros pasos en el mundo del arte y para los alumnos de esta materia.

Si de ámbito universitario se trata, la página del ITESM de México (**www.tam.itesm.mx/art/emenu.html**) contiene un curso de Historia del Arte que además está traducido al inglés y al francés. En el curso, se sigue la evolución de los estilos artísticos desde una perspectiva mexicana. Si bien el diseño de la página puede resultar poco elaborado para un sitio que trata de arte, el contenido permite un primer acercamiento a momentos tan disímiles como el Barroco o el Pop Art.

Además de estos sites, hay algunos que se ocupan de temas más particulares. **http://artelatinoamericano.com** se destaca por su diseño. A pesar de ser algo incompleto, permite conocer a través de sus obras a artistas como Diego Rivera, Botero, Berni o Frida Khalo.

Si el estilo buscado por los usuarios es el impresionismo, hay que visitar la página **www.geocities.com/impresionismo2000**, donde hay buena información y algunos cuadros digitalizados de Renoir y Monet, entre otros.

En **web.jet.es/belon/Grecia/menu.htm** es posible realizar un recorrido virtual por Grecia y admirar su arquitectura.

También trata sobre el arte arquitectónico, aunque en este caso referido al siglo XX, **www.veu.unican.es/arte/Temas/ArquitecXX**, el sitio de la Universidad de Cantabria.



>>> **hardware** por Luis Chen

Cámaras digitales

En esta época cibernética, todo lo que era mecánico, ahora es digital. Las máquinas de escribir han sido reemplazadas por las computadoras, los viejos teléfonos ahora son celulares ultra diminutos, los televisores son reemplazados por modernas pantallas ultrachatas. Como no podía ser de otra manera hasta las cámaras de fotos han pasado a ser digitales. Con ellas, las fotos que se sacan quedan guardadas en la memoria, y se debe bajarlas a la computadora para poder verlas o imprimirlas. Esto tiene sus ventajas, como la posibilidad de borrar una foto luego de sacarla porque salió mal. También se puede editar las fotos luego de ser introducidas en la computadora, para agregarle efectos, borrar cosas, entre otras aplicaciones. Sin embargo, la resolución de estas fotos digitales todavía no es comparable a las fotos que se pueden revelar en papel, debido a las diferentes técnicas de impresión que utilizan.



Casio QV 200UX - $ 995

Este modelo posee la capacidad de guardar fotos en 2 resoluciones: 1600 x 1200 pixeles o a 800 x 600 pixeles, o también unos 25 segundos de video AVI. Cuenta con una memoria de 8 MB, en una tarjeta de memoria flash, que se puede cambiar por tarjetas de mayor capacidad (32MB,64 MB, etc.). Posee un zoom óptico de 8x, acompañado de un zoom digital de 32x. Viene con flash incorporado, y tiene una pantalla LCD de 2.5 pulgadas. Puede conectarse directamente al televisor mediante salidas AV, y para comunicarse con la computadora utiliza un puerto USB.

Sony Mavica FD85 - $ 1300

Esta particular cámara de Sony, a pesar de no ser una de las mas avanzadas en su tipo, ni por su resolución ni por su nitidez, cuenta con algo a su favor. En vez de utilizar tarjetas CompactFlash , que tienen un precio elevado, utiliza los diskettes de 3 ½. Este método de almacenamiento garantiza que casi en ningún lado del mundo el usuario se quede sin "lugar" donde guardar sus fotos, ya que al acabarse un diskette, simplemente se pone otro. La vida de la batería de las Mavicas han sido siempre un fuerte, permitiendo hacer casi 600 disparos con flash incorporados antes de acabarse. Posee una resolución máxima de 1280 x 960, con un mínimo de 320 x 240. No posee ningún tipo de puertos de comunicación, ya que simplemente se retira el diskette de 3 ½ y se inserta en la diskettera de su computadora.

Canon Powershot pro 70- $ 1290

Esta cámara digital de Canon usa el cuerpo de la famosa Canon Eos, y realmente es una cámara estéticamente imponente. Tiene 3.34 megapixeles, asegurándose así una excelente definición; permite sacar fotos a una resolución máxima de 2048x1536, con resolución intermedia en 1024 x 768 y una mínima de 640 x 480. Viene con una tarjeta CompactFlash de 16 MB, pero puede cambiarse por otras de mayor capacidad, siendo la mayor el microdrive de IBM con una capacidad de 340 MB. Viene con un zoom óptico de 3x y un zoom digital de 6x. Posee un puerto USB para comunicarse con la computadora y con salidas AV para salida a TV.

Casio QV 3000 - $ 1350

Este modelo guarda fotos a una resolución máxima de 2048 x 1536 pixeles, y a 1024 x 768 pixeles. Guarda también video en formato AVI por unos 25 segundos ya que viene con una tarjeta de memoria flash de 8 MB. Cuenta con un LCD de 1.8 pulgadas para previsualizar las fotos, con un zoom óptico de 3x y un zoom digital de 6x. Es una cámara de 3.3 megapixeles, lo que le asegura una excelente definición en las fotos. Posee puertos AV para comunicarse con la televisión, un puerto USB y un puerto infrarrojo para comunicarse con la PC o con las minicomputadoras portátiles de Casio, las Cassiopeia.

Correo de Lectores

Sres. Suplemento Internet:
Llamó mi atención la falta de inclusión de nuestro site en la nota del 17/10/00 "Leyes, decretos y jurisprudencia". El Sistema Argentino de Informática Jurídica, dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, brinda desde su dirección www.saij.jus.gov.ar la más completa información jurídica de fuente oficial, actualizada a la fecha, consistente en leyes nacionales y provinciales, decretos, jurisprudencia, doctrina, normativa del Mercosur, información de la AFIP y dictámenes de la procuración del Tesoro.
El SAIJ fue creado a fines de la década del 70, cuando todavía la frase "era de la información" no estaba de moda. Hoy, 20 años después, se ha transformado en una de las bases de datos jurídicas de habla hispana más grandes, completas y consultadas.
Dr. Diego Suárez Martínez
Director de la Dirección de Bases de Datos Jurídicas
Ministerio de Justicia de la Nación

N.D: La intención de la nota fue incluir sites no gubernamentales. Por ese motivo se reseñaron Legalmania.com y el sitio de la Asociación de Abogados. Una gran cantidad de sitios gov.ar aparecieron en la nota dedicada a la páginas del Estado, publicadas el 26/09.

Recomiendo www.elestigma.com.ar Todo sobre el viejo programa de Alfredo Casero y su primer equipo.
Somoza

N.D.: Esa página fue incluida en la nota sobre Alfredo Casero el 18/07.

lectores@supleinternet.com

Resultados de la educación virtual

La Universidad Virtual de Quilmes ya tiene las primeras conclusiones de los programas de capacitación on line. El 90 por ciento de los alumnos aprobó las materias y el 86 por ciento considera que la educación a distancia es muy buena o excelente.



FOTO: WWW.IMAGEBANK.COM

En marzo del año pasado comenzó a funcionar en el país la primera universidad virtual. Después de un año y medio de iniciada la experiencia, en la Universidad Virtual de Quilmes (dependiente de la Universidad Nacional de Quilmes) ya tienen las primeras conclusiones.

Resultados

En primer lugar, la Universidad (**www.cvq.edu.ar**) logró una alta retención de alumnos. Además, el 90 por ciento de los mismos logró aprobar sus materias. La Universidad también hizo una encuesta entre los cursantes. El resultado es que el 86 por ciento de los cursantes considera que la educación a distancia y por Internet es muy buena o excelente. "Los resultados son sumamente halagüeños", dice Julio Villar, rector de la universidad.

Otro dato a tener en cuenta es que al principio, el 70 por ciento de las consultas sobre las carreras era a través del teléfono, y el 30 por ciento restante vía e-mail. Hoy las proporciones se revirtieron.

Los alumnos tienen un foro de opinión dentro del campus virtual. Allí destacan, por ejemplo, el grado de interacción que hay con los profesores. "Paradójicamente, es mayor la interacción en la universidad virtual. En la enseñanza por Internet no hay pedagogía o método tomado de otras prácticas. En 1998 la UNESCO estableció que estábamos ante un nuevo paradigma", comenta Villar.

Carreras

La Universidad tiene 2500 alumnos, siendo la licenciatura en Educación la carrera con más inscriptos (cerca de 1500). "En esta carrera el promedio de edad es de más de 40 años, con la cual se rompe con el mito que decía que Internet es sólo para jóvenes.", comenta Villar.

Además de licenciatura en Educación, en Quilmes se puede estudiar licenciatura en Administración, en Ciencias Sociales y Humanidades, en Hotelería y Turismo y licenciatura en Comercio Internacional. También hay dos maestrías: en Economía Internacional y en Ciencia, Tecnología y Sociedad. Aunque todo parezca gratis en Internet, estudiar en La Universidad Virtual de Quilmes (UVQ) tiene su precio: la cuota mensual es de 120 pesos. "Es la mitad de lo que cobran las universidades privadas. Además, por ese precio, nosotros incluimos la conexión a la red, el material de estudio, y tomamos los exámenes en el lugar del país en el que vive el alumno", detalla el rector.

Flexibilidad

La educación a distancia es mucho más flexible que la tradicional. No hacen falta cuatrimestres, ni tener una gran organización burocrática para abrir un curso.

En la UVQ también advirtieron que el perfil del alumno es el de una persona que trabaja, y que dedica la mayor cantidad de horas de estudio durante el fin de semana. "Por ese motivo mandamos los materiales los viernes", señala Villar.

Los pioneros

La UVQ contó desde el principio con un apoyo fundamental: La Universidad de Catalunya, que fue pionera en lo que respecta a universidades virtuales de habla hispana.

En este momento, la de Quilmes y la de Catalunya son las dos únicas universidades on line de habla castellana. "Nuestra intención es formar una red con la Universidad de Catalunya y con otras universidades de Latinoamérica. De esta manera, se podría estudiar en una universidad del exterior a muy bajo precio".

Proyectos

Si bien el proyecto nació con la idea de universidad virtual, la UVQ tiene otros desarrollos en la gatera. Hay un proyecto de capacitación en informática para docentes secundarios que incluirá a 50 mil profesores.

Además, la universidad está por lanzar un secundario para adultos en la red, que comenzará a funcionar el año que viene.

Juan Pablo Urfeig

L A N Z A M I E N T O S

Búsqueda de trabajo

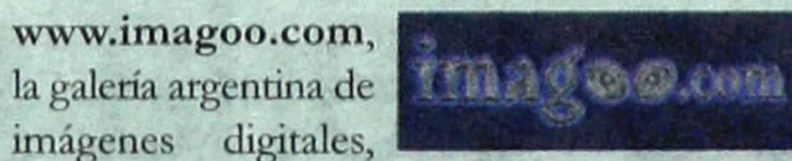
www.trabajando.com Se presentó en la Argentina **www.trabajando.com**, con el fin de facilitar la búsqueda de trabajo por parte de las personas y optimizar el proceso de selección de personal para las empresas. El sitio engloba todas las carreras, profesionales y técnicas, y está disponible para todo tipo de profesiones y cargos, desde altos ejecutivos hasta estudiantes en práctica, part time, free lancers y jornada completa. La compañía ya opera en Chile, Colombia, Venezuela, México y Perú y próximamente lanzará las versiones para Estados Unidos, Ecuador, Bolivia, España y Brasil.

Servicios hospitalarios

saludsite

Durante los primeros días de noviembre se realizará la presentación oficial de **www.saludsite.com.ar**, portal B2B que ofrece un sistema de comercialización de insumos eficiente, seguro, confiable, y fácil de usar. Diseñado para responder a las demandas y necesidades locales de sanatorios, hospitales y centros de atención ambulatorios, SaludSite.com cuenta con un departamento encargado exclusivamente del Control de Gestión y Logística, que garantiza eficiencia y seguridad en las transacciones y respuestas de los pedidos de cotización en 24 horas, entre otros beneficios.

Foto álbum



www.imagoo.com, la galería argentina de imágenes digitales, presentó el rediseño de su site y anunció que recibió una importante inversión por parte del Grupo Clarín. La versión 2.0 presenta "El foto álbum", a través del cual los usuarios tienen la posibilidad de subir sus fotografías personales a Internet y crear su propio foto álbum para compartir con su gente. Además, pueden personalizarlo a su gusto, dividirlo en las categorías que deseen y determinar si lo quieren compartir con el resto de la comunidad o prefieren restringirlo a su familia y amigos.

Educación

competir.com

Con una inversión de 2 millones de dólares, se lanzó **www.competir.com**, portal de educación y entretenimiento, en el cual a través del e-learning (capacitación interactiva on line), los miembros de la comunidad pueden acceder a experiencias que contribuyan a mejorar las habilidades personales y de negocios, para una mejor toma de decisiones en los mercados de alta competencia. Asimismo, permite prestar servicios punta a punta a empresas, y ser un ASP (Application Service Provider) de plataformas educativas para otras empresas, tanto de la economía virtual como real.

AGENDA

Software de gestión para la construcción

El 26 de octubre Solomon Software y Microsoft organizan en conjunto el seminario gratuito para presentar la solución completa e integrada para la Industria de la Construcción, "Solomon IV". Se realizará a las 14 horas, en las oficinas de Microsoft Argentina, Bouchard 547, 4º piso, Capital. Durante el encuentro, se brindarán las herramientas necesarias para aumentar la productividad de las empresas relacionadas con la industria de la construcción, reducir el costo operativo de las mismas y mejorar la información para la toma de decisiones. Se tratarán temas como: cuáles son las claves para optimizar la creación de presupuestos, minimizando errores; automatizar la pre-facturación y facturación de cada etapa de los proyectos; reconocer, en forma automática, los ingresos percibidos por cada obra; y disponer de alertas automáticas para que los responsables de los proyectos puedan concentrarse sólo en las excepciones.

Para más información: 4394-2621 o por mail a: **infoarg@solomon.com**

Autocad

Exo Training Center anuncia el curso Autocad 2000 Nivel I

Se desarrollará hasta el 18 de noviembre, y el costo es de 165 pesos más iva.

Los objetivos es capacitar en la utilización del software, lo que permitirá la elaboración de planos en dos dimensiones, así como en su dimensionamiento, creación de vistas y manipulación en general, manejo del model, paper space y la optimización de ploteo. Está destinado a profesionales y personas que realicen documentaciones, proyectos y tramitaciones de arquitectura, ingeniería, instalaciones y construcciones.

Informes e inscripción: 4378-5400 o por mail a: **exotc@exo.com.ar**

>>> el rincón del principiante

Cómo editar fotos

Ahora que ya sacó sus fotos, les enseñamos a editarlas. Hay varios programas en el mercado para editar sus fotos, tales como el Adobe Photoshop, el Jasc Paint Shop Pro, Ulead Photoexpress, o el Microsoft Photo Editor. Debido a que el Microsoft Photo Editor es el único que viene incluido en algunas versiones de Office e incluso con el Windows 98 segunda edición, utilizaremos este para editar las fotos tomadas.

paso 1 Ingrese sus fotos en un directorio dentro de su computadora mediante el puerto USB o diskettes, dependiendo de su cámara.

paso 2 Bajo "Archivos", elija "Abrir", ubique la foto que quiera editar y ábrala. Puede previsualizar la foto eligiendo "Vista Previa".

paso 3 Ejecute el programa Photo Editor, que está en "Herramientas" de Microsoft Office.

paso 4 Una vez abierta la foto puede realizar distintos retoques. Si quiere cambiar el tamaño de la imagen, elija "Imagen", "Cambiar el tamaño" e ingrese el tamaño deseado, ya sea en centímetros o en pixeles.

paso 5 Puede también elegir rotar la foto en "Imagen", "Rotar", eligiendo rotarla hacia su derecha o izquierda en las diferentes opciones posibles. Incluso es posible "invertir" la foto.

paso 6 Puede cambiar el balance, contraste y luminosidad de una foto, cuando le hayan salido muy oscuras por falta de luz o muy claras por exceso de luz. Para hacer esto, vaya a "Imagen", "Balance", y mueva las barras de balance contraste y luminosidad a su gusto. Verá que en la foto se puede previsualizar los cambios que esta haciendo.

paso 7 Luego, posee diferentes efectos que puede aplicar, tales como simular "Tiza y carbón", suavizar las fotos, negativizar, vidrio, acuarela, papel de notas, etc.

paso 8 Una vez que este conforme con lo que logró, recuerde guardar la imagen en "Archivo", "Guardar".

EMPRESAS & NEGOCIOS

Miracula

miracula.com

Miracula, la empresa del Exxel Group e InternetCo anunció que comenzó a funcionar su filial en España con sede en Madrid. El objetivo es brindarle a las pymes españolas la posibilidad de acceder a Internet, y captar el mercado de 1,6 millones de tiendas virtuales que funcionan en ese país. Entre sus líneas de negocio figuran la venta de soluciones estándar de e-commerce para pequeños y medianos comerciantes tradicionales; acceso a un portal de compras con todos los sitios que hacen comercio electrónico, y servicios para facilitar el proceso de la compra a través de la web.

Velocom

VELOCOM

La compañía de telecomunicaciones Velocom anunció que apoyará a la comunidad de hipoacúsicos a través de un plan de tarifas económicas, y colocará un banner en el sitio www.sitiodesordos.com. Esto se suma a la inauguración del "Demo Center", donde los usuarios podrán probar el servicio antes de contratarlo. Además, hasta el 15 de noviembre, la compañía ofrece una promoción sin costo de conexión y abonos desde 59 pesos más iva.

Motorola

MOTOROLA

El Sector de Comunicaciones de Banda Ancha de Motorola (BCS) anunció que despachó 10 millones de terminales de cable digital interactivo y 1 millón de cable módems "Docsis". Los set-top de cable digital de la compañía distribuyen servicios como video-on-demand, acceso a Internet de alta velocidad, e-mail, e-commerce y juegos interactivos, entre otros. Además la empresa Fibertel se habría comprometido a comprar 60 mil cablemódems para proveer a sus clientes un servicio de alta confiabilidad y velocidades de conexión hasta 100 veces mayor que con el módem telefónico.

B R E V E S

MP3.com



MP3.com dijo que llegó a un acuerdo preliminar con la Asociación Nacional de Editores de Música Inc. de Estados Unidos (NMPA, por sus siglas en inglés) que permitirá a los consumidores acceder a archivos de música de MP3.com de CD's que ellos poseen.

El proveedor de música a través de Internet se ha visto golpeado por varios juicios de alto nivel porque su base de datos My.MP3.com está compuesta por obra protegida por los derechos de propiedad de autor. MP3.com ha llegado a un acuerdo con cuatro de las cinco principales discográficas que lo demandaron porque habían dicho que MP3 no tenía derecho a compilar la base de datos sin un acuerdo previo de regalías.

MP3.com había dicho que sólo pretendía permitir a los usuarios que poseyeran un CD tener acceso desde su sitio.

El acuerdo propuesto consiste en una licencia de tres años que estipula que MP3.com pagará hasta 30 millones de dólares a Harry Fox Agency Inc., la agencia de licencias de NMPA, para beneficio de 25 mil editores de música y de sus escritores afiliados.

Piratería estatal



A pesar de las negociaciones que hace dos años mantiene la Administración Pública Nacional con la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI), es justamente el Estado uno de los principales usuarios de software pirata en el país. Jorge Cassino, presidente de CESSI, cree que el Estado debe regularizarse para transparentar la gestión pública y fomentar las inversiones en el sector tecnológico. La asociación Software Legal se solidarizó con el pedido de la cámara, y recordó que en este momento rige una "tregua" de 45 días de acciones judiciales a empresas que utilizan programas piratas. La idea es que este lapso sirva para que las compañías regularicen su situación, ya que el 16 de noviembre comenzará una enérgica campaña de denuncias. Según la ley, los responsables de la piratería de software - incluidas las empresas proveedoras- podrían enfrentar sanciones de hasta 6 años de prisión. El mercado de software en la Argentina da empleo a casi 17 mil personas.

En forma directa e indirecta, la industria ha aportado 167 millones de dólares anuales en términos de contribución fiscal.